

Wahre Wunder: über Managerseminare und ihre merkwürdigen Methoden

Schwertfeger, Bärbel

Veröffentlichungsversion / Published Version
Zeitschriftenartikel / journal article

Zur Verfügung gestellt in Kooperation mit / provided in cooperation with:
W. Bertelsmann Verlag

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Schwertfeger, B. (2008). Wahre Wunder: über Managerseminare und ihre merkwürdigen Methoden. *Erwachsenenbildung : Vierteljahresschrift für Theorie und Praxis*, 54(3), 160-161. <https://doi.org/10.3278/EBZ0803W160>

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer CC BY-SA Lizenz (Namensnennung-Weitergabe unter gleichen Bedingungen) zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu den CC-Lizenzen finden Sie hier: <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/deed.de>

Terms of use:

This document is made available under a CC BY-SA Licence (Attribution-ShareAlike). For more Information see: <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0>



Wahre Wunder

Über Managerseminare u. ihre merkwürdigen Methoden

von: Schwertfeger, Bärbel

DOI: 10.3278/EBZ0803W160

Erscheinungsjahr: 2008

Seiten 160 - 161

Diese Publikation ist unter folgender Creative-Commons-Lizenz veröffentlicht:



Creative Commons Namensnennung - Weitergabe unter gleichen Bedingungen 4.0 International Lizenz
<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/deed.de>

Zitiervorschlag

Schwertfeger, B.: Wahre Wunder. Über Managerseminare u. ihre merkwürdigen Methoden. In: Erwachsenenbildung 03/2008. Führen und Leiten, S. 160-161, Bielefeld 2008. DOI: 10.3278/EBZ0803W160

Bärbel Schwertfeger

Wahre Wunder

Über Managerseminare und ihre merkwürdigen Methoden

Bei der Erfindung neuer Manager-Seminare sind dem Unsinn keine Grenzen gesetzt. Längst nicht jedes Angebot ist daher sein Geld wert und von manchen sollten man sogar unbedingt die Finger lassen.

»Erstes deutsches Führungskräfteseminar auf Kilimandscharo«, verkündet der »innovativste Business-ThinkTank forward2business«. Im Oktober sollen die ersten Manager eine Woche lang den Kilimandscharo besteigen und dabei ein »Strategic War Game« durchlaufen. Das sei eine Art Rollenspiel, in dem die Teilnehmer in die Rollen anderer Marktteilnehmer schlüpfen und somit Schritt für Schritt »verschiedene denkbare Zukunftsszenarien und -strategien testen«, heißt es in der Pressemeldung. Dazu gehört es dann auch, dass »deutsche Spitzenmanager« auf afrikanischen Märkten Nüsse verkaufen.

Bei der Schaffung neuer Manager-Seminare zeigen sich die Anbieter kreativ. Schließlich lässt sich nahezu alles irgendwie in Bezug zu Management bringen. So gibt es seit Kurzem auch das »erste Fußballseminar für Führungskräfte«. »Unter der Leitung internationaler Größen aus dem Fußball-Business gehen Unternehmer, Vorstände und Führungskräfte drei Tage lang in der Lüneburger Heide der Männer liebstem Sport nach«, preist der Veranstalter ChampsCampEleven seine Novität an. Das Angebot eröffne die Möglichkeit, »Deutschlands Sportart Nummer Eins auf höchstem Niveau zu betreiben und so Spitzensport und Topmanagement zu verbinden«. Dabei erleben die Teilnehmer »professionelle Trainingsmethoden am eigenen

Leib und können so voller Spaß und Freude Fußball spielen«.

Nicht immer müssen Manager selbst so aktiv werden. Beliebt sind auch Seminare mit Spitzensportlern, bei denen Bergsteiger, Skirennläufer oder Radprofis zum Motivationstrainer und Manager-Coach mutieren. Geboten werden meist nette Anekdoten, aber in der Regel wenig fundierte Inhalte und manchmal sogar abenteuerliche Theorien. Auch der Vergleich von Spitzenleistungen im Sport mit dem Manageralltag hinkt oftmals gewaltig.

Lehrreiche Wirkung des Holzhackens

Aber auch ganz normale und wenig spektakuläre Tätigkeiten lassen sich für die Manager-Weiterbildung nutzen. So hat ein Seminar-Anbieter aus Ihringen die lehrreiche Wirkung des Holzhackens entdeckt. »Einen Baum kann man nur gemeinsam fällen. Einzelkämpfer haben keine Chance«, wirbt er. Zudem sei beim gemeinsamen Sägen ein »aufeinander Einschwingen der Partner« gefragt und bei der Auswahl der richtigen Bäume werde die gute Ziel- und Strategiefindung geschult.

Seit einiger Zeit müssen auch Tiere verstärkt beim Manager-Training gehalten. So bietet die Firma »Coach Dogs« in Lich ein eineinhalbtägiges »Business Training mit Hund für gelungene Kommunikation und authentisches Führen« an. Ob dabei auch Parallelen zwischen Gassigehen und Mitarbeiterführung gezogen werden? Führen kann man auch von Wölfen

lernen. »Was effektive Teamarbeit ist, wie man sein Rudel erfolgreich führt, ist für Wölfe eine Frage des Überlebens«, wirbt ein Anbieter. In dem Workshop vermitteln Wolfsexpertinnen dann das »uralte Wissen der Wölfe« und nehmen die Teilnehmer mit auf einen »Wolfsspaziergang«.

Dass die Natur ein dankbares Lernfeld ist, wissen auch die Anbieter der unzähligen Outdoor-Seminare, bei denen sich Manager über Bäche hangeln, in Schluchten abseilen oder über Baumstämme balancieren. Zwar kann ein gut konzipiertes Seminar durchaus den Teamgeist fördern, der Großteil gleicht jedoch eher einem Abenteuer-spielplatz für große Jungs. Eine Steigerung sind dann die Survival-Trainings, bei denen Manager nicht nur im Freien übernachten, sondern auch selbst für ihre Nahrung sorgen müssen. Das gemeinsame Regenwurmessen soll die Gruppe dann zu einem starken Spitzenteam formen, das auch die Herausforderungen des Büro-Alltags mühelos bewältigen kann.

Mehr Komfort bieten dagegen Seminare an touristisch attraktiven Zielen. Da fliegt man zum Mentaltraining beim Golfen nach Mallorca, zum Bogenschießen in die Provence oder betreibt Karriereplanung in der Toskana. Zwar können solche Seminare durchaus die Konzentration und Kreativität beflügeln, aber nicht selten steckt dahinter kein ausgereiftes Seminar-konzept, sondern nur ein verkappter Urlaub.

Zum Teil bizarr mutet auch der vor Kurzem gestartete Ausflug von Focus Online in das Managertraining an. In einer wöchentlichen Videoreihe

zum Thema »Führungskunst« erklären sechs Persönlichkeits-Coaches in kurzen Sequenzen, wie man erfolgreich führt. Zudem kann man natürlich auch die entsprechenden Seminare buchen. Dabei empfiehlt der Münchner Psychologe Jens Corssen in einer im Juli veröffentlichten kurzen Videosequenz Managern, mit erhobenen Armen durch die Fußgängerzone zu laufen und sich dabei klarzumachen, dass nur die anderen ein Problem haben, wenn sie einen für verrückt erklären. Im nächsten Schritt solle man dann alle zehn Minuten wie ein Ziegenbock in die Höhe springen und laut »kuckuck« schreien. »Wenn Sie das lange Zeit üben, garantiere ich Ihnen, dass Sie noch mehr schaffen als bisher«, behauptet Corssen, auf dessen Referenzliste zahlreiche renommierte Unternehmen wie Daimler, Linde, die Otto Group oder Vodafone stehen.

Tschakka-Gebrüll

Dass selbst angesehene Konzerne nicht vor dem größten Unsinn gefeit sind, zeigte sich vor einigen Jahren, als etliche Firmen ihre kompletten Führungsmannschaften zum gemeinsamen Tschakka-Gebrüll zu den Motivationsgurus schickten. Eine der schillerndsten Figuren war dabei Jürgen Höller. Wie kein anderer schürte er mit seinem Leitspruch »Alles ist möglich« den kollektiven Größenwahn. Zu Tausenden pilgerten Menschen auf der Suche nach Erfolg in seine Massenveranstaltungen, auf denen er zu Diskomusik und Lightshow auf der Bühne herumhopste, bunte Bälle in die Luft warf und seinen Teilnehmern unermüdlich einbläute: »Jeder Mensch kann alles erreichen, was immer er sich vorstellt.« Ende 2001 war der Höhenflug vorbei. Höller musste Insolvenz anmelden. 2003 wurde er wegen Untreue, vorsätzlichen Bankrotts und falscher eidesstattlicher Versicherung zu drei Jahren Haft verurteilt. Im April 2004 wurde er auf Bewährung entlassen und seitdem versucht er sein Comeback. »Dieses Jahr werde ich wieder die erfolgreichste Trainermarke Europas sein!«, verkün-

dete Höller 2007 großspurig wie eh und je. Auch auf dem »Motivationstag 2009« ist er wieder dabei – neben sieben anderen Referenten. Sein Thema: Der Reichtum liegt im Glauben. Dabei will der gelernte Speditionskaufmann seine Zuhörer in seine »Gesetze des Lebens« einweihen, die es jedem ermöglichen, ein erfolgreiches und glückliches Leben zu führen. Auch Bodo Schäfer, der einst jedem versprach, er könne in sieben Jahren Millionär werden, ist wieder da. 2000 hatte seine Firma plötzlich 1,7 Millionen Mark Schulden. Kurz vorher hatte der Finanzguru das Unternehmen an einen seiner Mitarbeiter verkauft und verschwand von der Bühne. 2008 beglückte er seine Fans wieder mit seinem 3-Tages-Seminar »Durchbruch zum finanziellen Erfolg«. Dort können sie sich innerhalb einer halben Stunde auf Reichtum programmieren und dann in sieben Jahren eine Million und – das ist neu – in 20 Jahren sogar zwei Millionen verdienen. Inzwischen ist dem Money-Münchhausen die Seminar-Tätigkeit wohl zu anstrengend geworden. Denn nun kündigt er mit einem neuen DVD-Set »sein Lebenswerk, die ultimative Hilfe auf dem Weg zu Ihrer ersten Millionen« an. Dafür gibt es sogar eine »absolut einmalige Erfolgsgarantie«: Wer mit seinem »System« innerhalb von drei Monaten nicht wenigstens 20 Prozent mehr verdient, bekommt den vollen Kaufpreis zurück. Wie viel das Wunderwerk kostet, erfährt man allerdings nicht.

Simpel und nutzlos

»Die Erfolgsgurus haben ein hohes Verführungspotential, weil sie etwas versprechen, was sich Millionen wünschen, und dabei immer ganz einfache Thesen haben«, erklärt der Psychologe Uwe Peter Kanning. »Ihre Methoden sind allerdings genauso simpel wie nutzlos.« In seinem Buch »Wie Sie garantiert nicht erfolgreich werden: Den Erfolgsgurus auf der Spur« hat der Dozent an der Universität Münster die Sprüche der Trainer akribisch zerlegt und deren Absurdität vorgeführt. Kritik übt Kanning aber

auch an den Personalverantwortlichen und Topmanagern, denen oftmals der Hintergrund fehlt, solche Angebote kritisch zu reflektieren.

Crashkurse für die Psyche

Das gilt auch für die Crashkurse für die Psyche. Sie werben mit einer Runderneuerung der Persönlichkeit, mehr Leistungsfähigkeit und innere Stärke – und das alles in ein paar Tagen. Doch die Persönlichkeit eines Menschen lässt sich nicht oder kaum verändern. »Bis zur Pubertät wird unser gesamtes psychisches Repertoire und unser Charakter festgelegt«, sagt der renommierte Münchner Hirnforscher Ernst Pöppel. Aus einem introvertierten Menschen könne man daher keinen extrovertierten Verkäufer machen. Erkennbar sind die fragwürdigen Seminare oft nicht nur anhand ihrer unrealistischen Versprechen, sondern auch an ihren schwammigen Angaben. Da ist dann die Rede von »der intensiven Reise der Suche zu seinem individuellen Selbst« und dem tiefgreifenden Lernen »auf allen Ebenen im Menschen«. Was in den Seminaren genau passiert und mit welchen Methoden man arbeitet, erfährt man nicht. Nicht selten stecken dahinter auch Psychogruppen, die ihre Teilnehmer mit geschickten psychologischen Tricks ködern und sie abhängig machen, immer weitere und teurere Seminare zu besuchen. Dagegen sind auch harte Manager nicht gefeit. Im Gegenteil: Wer sich erstmals auf das ungewohnte Terrain der eigenen Psyche begibt, ist den Scharlatanen schnell ausgeliefert.

Bärbel Schwertfeger ist Diplom-Psychologin und mehrfache Buch-Autorin (Der Griff nach der Psyche 1998, Die Bluff-Gesellschaft 2002, Der Ayurveda-Boom 2004). Sie arbeitet als freie Journalistin in München.